



Volume 2, Issue 2, Tahun 2022, ISSN: 2776-7434 (Online), doi: 10.21274

**Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism,
Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy**

Faculty of Islamic Economic and Business
Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung Jawa Timur 66221 Indonesia
Website: <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/arrehla/index>

**ANALISIS BIBLIOMETRIK PARIWISATA HALAL UNTUK
MENGEKSPLORASI DETERMINAN DAYA SAING DESTINASI
WISATA**

Utari Evy Cahyani^{1*}, Dia Purnama Sari², Rizal Ma'ruf Amidy Siregar³

^{1,3}Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan

²Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Corresponding Author Email: utari@iain-padangsidempuan.ac.id



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peta perkembangan penelitian terkait pariwisata halal menggunakan pendekatan analisis bibliometrik. Penelitian ini juga mengidentifikasi berbagai indikator yang dapat digunakan sebagai faktor penentu daya saing destinasi wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan statistik deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode bibliometrik yang digunakan untuk mengevaluasi data bibliografi, termasuk jumlah jurnal, jumlah penulis, jumlah artikel dan kata kunci artikel. Penelitian ini menggunakan data publikasi artikel yang bersumber dari berbagai jurnal, conference paper, dan book section dari tahun 2010-2022 dengan penelitian dengan tema pariwisata halal atau "halal tourism". Pengumpulan data dilakukan dengan aplikasi Publish or Perish (PoP) dengan sumber artikel yang terindeks Scopus dengan kata kunci "halal tourism". Analisis tren perkembangan publikasi tentang pariwisata halal dalam penelitian ini dilakukan terhadap 105 artikel dengan menggunakan aplikasi VOSViewer. Hasil penelitian menunjukkan artikel dengan tema pariwisata halal dalam jurnal yang terindeks Scopus pertama kali terbit pada tahun 2010. Artikel dengan tema pariwisata halal paling banyak terbit pada tahun 2021. Jurnal yang paling banyak menerbitkan artikel dengan tema pariwisata halal adalah "Journal of Islamic Marketing". Artikel yang paling banyak disitasi yaitu "Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future". Terdapat 6 klaster untuk kata kunci penelitian dan 1 klaster peneliti dalam tema pariwisata halal. Berdasarkan identifikasi indikator, kata kunci yang terkait dengan daya saing destinasi wisata antara lain pariwisata halal, keinginan wisatawan untuk berkunjung, kejujuran, makanan halal, akomodasi, pengetahuan tentang halal, sertifikasi halal, dan website pariwisata.

Kata Kunci: pariwisata halal; bibliometrik; scopus; publish or perish; vosviewer



Abstract: *This study aims to determine the development map of research related to halal tourism using a bibliometric analysis approach. This study also identifies various indicators that can be used as determinants of the competitiveness of tourist destinations. This study uses a descriptive statistical approach. This study uses a bibliometric method that is used to evaluate bibliographic data, including the number of journals, number of authors, number of articles and article keywords. This study uses article publication data sourced from various journals, conference papers, and book sections from 2010-2022 with research with the theme of halal tourism or "halal tourism". Data collection was carried out using the Publish or Perish (PoP) software with the source of articles indexed by Scopus with the keyword "halal tourism". The analysis of the development trend of publications on halal tourism in this study was carried out on 105 articles using the VOSViewer software. The results showed that articles with the theme of halal tourism in Scopus indexed journals were first published in 2010. Most articles with the theme of halal tourism were published in 2021. The journal that publishes the most articles on the theme of halal tourism is "Journal of Islamic Marketing". The article that was cited the most was "Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future". There are 6 clusters for research keywords and 1 author's cluster on the theme of halal tourism. Based on the identification of indicators, keywords related to the competitiveness of tourist destinations include halal tourism, tourists' desire to visit, honesty, halal food, accommodation, knowledge about halal, halal certification, and tourism websites.*

Keywords: *halal tourism; bibliometrik; scopus; publish or perish; vosviewer*

PENDAHULUAN

Pariwisata halal merupakan persepsi baru tentang pariwisata yang memberikan kesempatan berwisata bagi umat Islam sesuai dengan kondisi Islam. Konsep dasar kegiatan pariwisata yang dilakukan dalam pariwisata halal sejalan dengan prinsip-prinsip Islam (Safitri, Mukaromah, & Habib, 2021). Perubahan profil wisatawan dan pemahaman tentang pariwisata di seluruh dunia juga berpengaruh terhadap kegiatan wisata religius. Peningkatan kesejahteraan negara-negara Muslim dan perubahan tingkat pendapatan yang diperoleh individu Muslim juga turut serta memengaruhi perilaku individu dalam melakukan perjalanan dan pembelian produk dan jasa pariwisata (Baysal, 2017).

Populasi Muslim yang cukup besar menciptakan praktik pemasaran pariwisata halal dan Islami semakin meningkat. Banyak diskusi tentang bagaimana seharusnya memodifikasi metode mereka untuk mengelola hubungan produktif antara wisatawan dan penyedia layanan. Terlepas dari meningkatnya minat terhadap praktik halal dan Islam di sektor pariwisata, jumlah publikasi tentang pariwisata halal semakin meningkat (Khan & Callanan, 2017), namun studi terbatas yang menawarkan pandangan lengkap tentang struktur dan pengembangan bidang ini. Padahal pariwisata halal memberikan kontribusi secara ekonomi bagi suatu negara destinasi wisata (Jaelani, 2017).

Pengembangan destinasi wisata yang sesuai dengan kriteria pariwisata halal juga penting untuk dilakukan. Berdasarkan penelitian terdahulu, belum ada seperangkat atribut untuk mengukur daya saing destinasi wisata, meskipun selama ini daya saing destinasi wisata telah diukur dengan citra destinasi wisata, pengalaman wisatawan, dan loyalitas wisatawan (Mior Shariffuddin, Azinuddin, Hanafiah, & Wan Mohd Zain, 2022). Karena itu, eksplorasi terhadap determinan daya saing destinasi wisata yang ramah muslim menjadi penting untuk dilakukan.

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai pariwisata Islami dan pariwisata halal sudah banyak dilakukan. Penelitian tersebut fokus pada tujuan pariwisata halal, faktor pendorong dan penghambat pariwisata halal serta hasil dari adanya pariwisata halal (Suban, Madhan, & Shagirbasha, 2021). Pendekatan bibliometrik dalam penelitian pariwisata halal juga telah dilakukan untuk mengeksplorasi riset-riset yang telah dilakukan serta saran untuk penelitian yang akan datang (Abdullah, 2021; Hidayat & Rafiki, 2021; Ismail, Othman, & Ismail, 2019; Rusydiana, Aswad, Pratomo, Hendrayanti, & Sanrego, 2021; Shnyrkova, Predvoditeleva, & Reshetnikova, K. V., 2020; Yagmur, Ehtiyar, & Aksu, 2020).

Meskipun penelitian yang menggunakan bibliometrik yang terkait dengan pariwisata halal telah banyak dilakukan, namun penelitian ini memberikan kebaruan dengan menggunakan hasil analisis bibliometrik untuk mengeksplorasi determinan daya saing destinasi wisata. Pada penelitian ini, analisis bibliometrik disajikan dalam data berkaitan dengan tahun publikasi, penulis, kutipan, kata kunci, pengarang, dan jurnal yang menerbitkan artikel yang berkaitan dengan pariwisata halal. Penelitian ini juga mencari dan mengidentifikasi berbagai indikator yang dapat digunakan sebagai faktor penentu daya saing destinasi wisata. Indikator-indikator tersebut nantinya digunakan untuk menyusun strategi dalam pengembangan destinasi wisata.

KAJIAN PUSTAKA

Pariwisata Halal

Pariwisata halal merupakan produk baru dalam industri pariwisata. Pariwisata halal juga merupakan ceruk pasar yang masih terbuka untuk dikembangkan (Chandra, 2014). Beberapa negara Muslim dan non-Muslim sudah mulai menerapkan konsep ini. Upaya meningkatkan jumlah wisatawan dengan mempertimbangkan industri pariwisata halal sebagai produk pariwisata baru juga dilakukan baik di negara Muslim maupun non-Muslim. Munculnya konsep pariwisata halal di banyak negara, mendorong berkembangnya pariwisata



halal, dan berakibat pada meningkatnya jumlah wisatawan Muslim (Suharko, Khoiriati, Krisnajaya, & Dinarto, 2018).

Pariwisata halal merupakan salah satu konsep yang muncul berkaitan dengan konsep halal. Sederhananya, konsep halal mengacu pada kegiatan yang diperbolehkan berdasarkan aturan Islam. Konsep kegiatan pariwisata halal saling terkait dengan unsur-unsur lain seperti adanya tempat ibadah, makanan halal, transportasi halal, hotel halal, logistik halal, keuangan syariah, paket wisata syariah, spa halal dan lain-lain. Intinya, pariwisata halal harus mengacu kepada penggunaan produk atau kegiatan pariwisata yang harus halal (diperbolehkan) yang sesuai dengan aturan dan pedoman yang ditetapkan oleh syariah (hukum Islam) (Duman, 2010). Selain itu, pariwisata halal juga harus memiliki kepedulian dan sangat selektif dalam memilih kegiatan yang sesuai dengan syariah. Sehingga karakteristik dan gambaran utama dari pariwisata halal adalah menggabungkan konsep ekonomi, konsep budaya dan agama (Hidayat & Rafiki, 2021).

Tentu saja, kunci wisata syariah adalah memahami pentingnya halal dalam segala hal. Aspek kegiatan wisata mulai dari hotel, transportasi, gastronomi dan minuman, Sistem keuangan, fasilitas wisata dan penyedia layanan itu sendiri. Intinya, pariwisata halal tujuannya harus konsisten dengan nilai-nilai Islam. Seperti tidak ada ruang untuk kegiatan hiburan malam, tidak adanya perjudian, terpisah nya ruangan antara wanita dan pria (kolam renang, spa, aula dll), tidak adanya ritual yang berbentuk syirik, jauh nya dari minuman alkohol atau turun nya, harus ada nya sertifikasi halal atas jaminan makanan dan minuman yang di sajikan.

Daya Saing Destinasi Wisata

Daya saing destinasi wisata didefinisikan sebagai kemampuan suatu destinasi wisata untuk mempertahankan posisi, serta meningkatnya pangsa pasar dari waktu ke waktu. Daya saing destinasi wisata bertujuan untuk menciptakan dan mengintegrasikan nilai tambah produk dengan menopang sumber daya serta mempertahankan posisi pasar dari pesaing. Di sisi lain, daya saing destinasi wisata akan menciptakan pengembangan dan kemajuan destinasi wisata itu sendiri. Pengembangan destinasi wisata dirancang untuk menarik pengunjung internasional dari berbagai negara (Botti, Peypoch, Robinot, & Solonadrasana, 2009).

Daya saing destinasi wisata sering kali dikaitkan dengan kemakmuran ekonomi masyarakat suatu negara. Hal tersebut menjadi penyebab mengapa sebuah negara berlomba-lomba dalam bersaing di pasar pariwisata internasional. Perkembangan pariwisata juga dapat mendorong kemakmuran ekonomi masyarakat. Hal ini sesuai dengan pandangan yang dianut oleh *World Economic Forum* bahwa fokus utama dari pengembangan pariwisata tertetap pada

kemakmuran ekonomi. Fokus pada kemakmuran ekonomi jangka panjang merupakan bagian dari kriteria destinasi wisata yang dapat dievaluasi secara kompetitif. Itu sebabnya destinasi wisata yang paling kompetitif adalah destinasi wisata yang paling efektif menciptakan kesejahteraan ekonomi yang berkelanjutan bagi penghuninya (Kozak & Rimmington, 1999).

Pengembangan destinasi pariwisata harus berkelanjutan agar dapat memiliki daya saing. Keunggulan suatu destinasi wisata tidak hanya dilihat dari sisi ekonomi atau ekologis, tetapi juga secara sosial, budaya. Terdapat faktor penentu daya saing pasar destinasi wisata yaitu keunggulan komparatif (faktor penting terkait dengan lingkungan makro dan mikro daya saing pasar), orientasi permintaan (kemampuan destinasi untuk menanggapi perubahan sifat permintaan pasar), struktur industri (ada atau tidaknya industri yang terorganisir terkait dengan destinasi pariwisata), dan komitmen lingkungan (komitmen destinasi wisata terhadap lingkungan) (Hassan, 2000). Karena itu, memahami determinan destinasi wisata dari perspektif global adalah hal utama yang mendasari daya saing pasar untuk pertumbuhan dan revitalisasi destinasi pariwisata (Dwyer & Kim, 2003).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk mempelajari cara-cara pengumpulan, penyusunan, dan penyajian data penelitian (Wijaya, 2013). Data dalam penelitian ini disajikan dengan teratur baik dalam bentuk tabel dan grafik. Penelitian ini menggunakan metode bibliometrik yang digunakan untuk mengevaluasi data bibliografi, termasuk jumlah jurnal, jumlah penulis, jumlah artikel dan kata kunci artikel. Pada dasarnya studi bibliometrik dalam ilmu informasi dapat mengungkapkan pola penggunaan dokumen, pengembangan literatur, atau sumber informasi di bidang subjek. Bibliometrik mencakup dua jenis studi, yaitu studi deskriptif, dan studi evaluatif. Deskriptif studi menganalisis produktivitas artikel, buku, dan format lain dengan melihat pola kepengarangan seperti jenis kelamin penulis, jenis karya penulis, tingkat kolaborasi, produktivitas penulis, institusi tempat penulis bekerja, dan subjek dari artikel. Studi evaluatif menganalisis penggunaan literatur dibuat dengan menghitung referensi atau kutipan dalam penelitian artikel, buku, atau format lainnya (Pattah, 2013).

Penelitian ini menggunakan data publikasi artikel yang bersumber dari berbagai jurnal, *conference paper*, dan *book section* dari tahun 2010-2022 dengan penelitian dengan tema pariwisata halal atau "*halal tourism*". Pengumpulan data dilakukan dengan perangkat lunak Publish on Perish (PoP) dengan sumber artikel yang terindeks Scopus dengan kata kunci "*halal tourism*". Dari hasil pencarian, terdapat 138 artikel yang diterbitkan antara tahun 2010-2022.

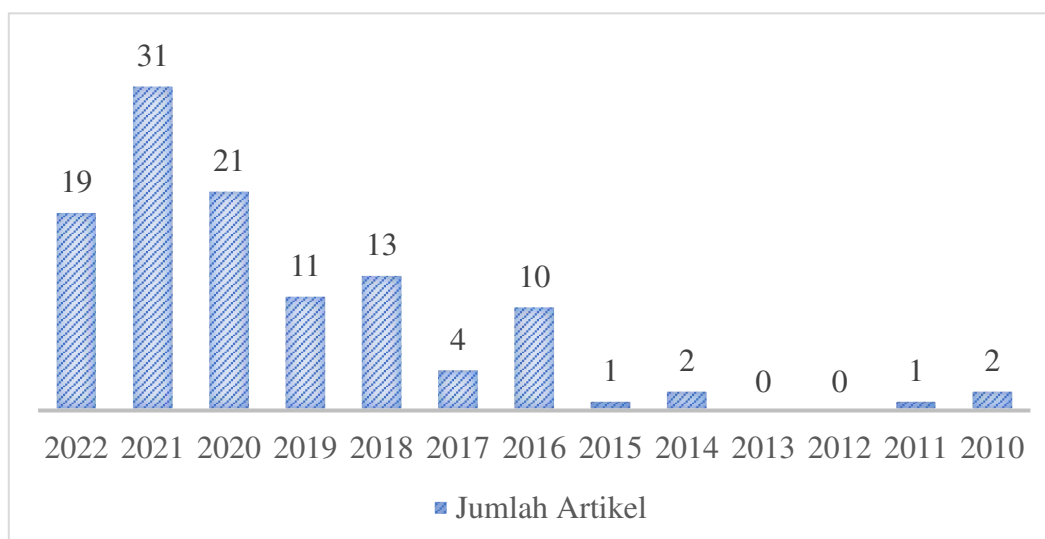
Setelah memeriksa kelengkapan kata kunci dan kesengkapan kata kunci artikel, dari 138 artikel hasil pencarian, 105 artikel yang digunakan dalam analisis data selanjutnya. Analisis tren perkembangan publikasi tentang pariwisata halal dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak VOSViewer. VOSviewer adalah perangkat lunak untuk membangun dan memvisualisasikan jaringan bibliometrik (van Eck & Waltman, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Data

Pada penelitian ini, dokumen yang dikumpulkan dan telah melalui seleksi kelengkapan kata kunci untuk tema pariwisata halal sebanyak 105 dokumen. Klasifikasi dokumen tersebut terdiri dari 103 artikel jurnal, 1 *book section*, dan 1 *conference paper*. Jadi persentase artikel berdasarkan jenis dokumennya berturut-turut artikel jurnal 98,1 %, *book section* 0,95 %, dan *conference paper* 0,95 %.

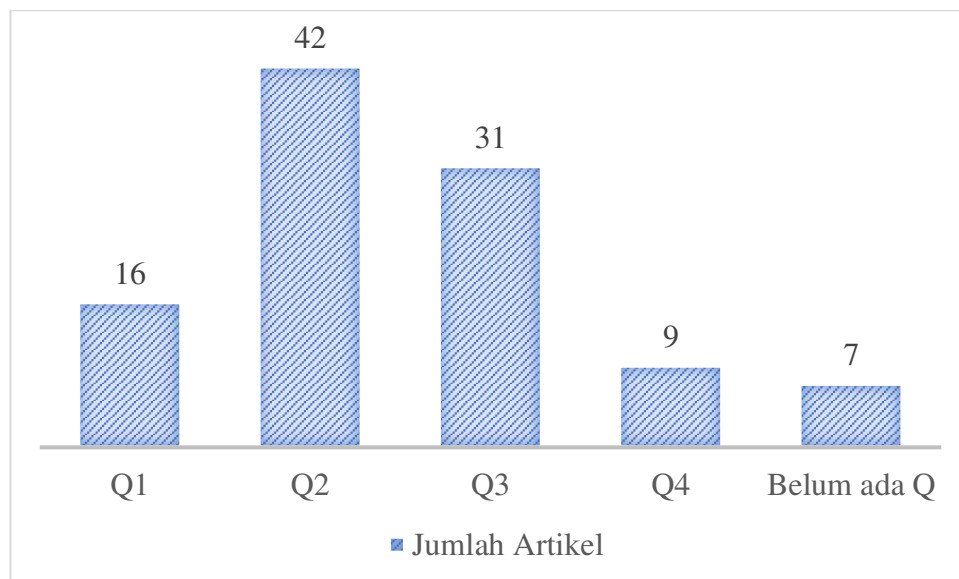
Dokumen yang dikumpulkan dari basis data Scopus mulai terbit dari tahun 2010 hingga tahun 2022. Berdasarkan Gambar 1, jumlah artikel yang terkait dengan tema pariwisata halal semakin lama semakin meningkat. Jumlah artikel terbanyak dipublikasikan pada tahun 2021 yaitu 31 artikel (29,5 %). Pada tahun 2012 dan 2013 tidak ada satupun artikel yang terkait dengan pariwisata halal yang terbit pada jurnal, *book section*, dan *conference paper* terindeks Scopus. Jika melihat tren jumlah artikel pada Gambar 1, kecenderungan artikel semakin meningkat dari tahun ke tahun. Jumlah artikel tahun 2022 lebih sedikit dari pada tahun 2021. Namun, meningkat pengambilan data dilakukan pada bulan april, kemungkinan jumlah artikel pada tahun 2022 masih akan meningkat.



Gambar 1. Jumlah Artikel Berdasarkan Tahun Terbit (Penulis, 2022)

Berdasarkan pemeringkatan indeks Scopus, jurnal dikategorikan dalam empat kuartil. Kuartil 1 (Q1) yaitu jurnal dengan nilai persentil 75-99. Kuartil 2 (Q2) adalah jurnal dengan nilai persentil 50-74. Kuartil 3 (Q3) yaitu jurnal dengan nilai persentil 25-49. Sedangkan Kuartil 4 (Q4) adalah jurnal dengan nilai persentil 0-24 (Scopus, 2022). Gambar 2, menunjukkan jumlah artikel berdasarkan nilai kuartil jurnalnya.

Berdasarkan Gambar 2, ditemukan bahwa jurnal yang menerbitkan artikel terbanyak tentang pariwisata halal berada pada kuartil 2 (Q2) yaitu 42 artikel (40 %). Artikel tentang pariwisata halal yang terbit di jurnal kuartil 3 (Q3) sebanyak 31 artikel (29,5 %). Selanjutnya, artikel tentang pariwisata halal yang terbit di jurnal kategori 1 (Q1) dan kategori 4 (Q4) berturut-turut 16 artikel (15,2 %) dan 9 artikel (8,6 %). Sedangkan artikel yang terbit di jurnal, book section, dan conference paper yang tidak masuk dalam kuartil 1 – 4 sebanyak 7 artikel (6,7 %).



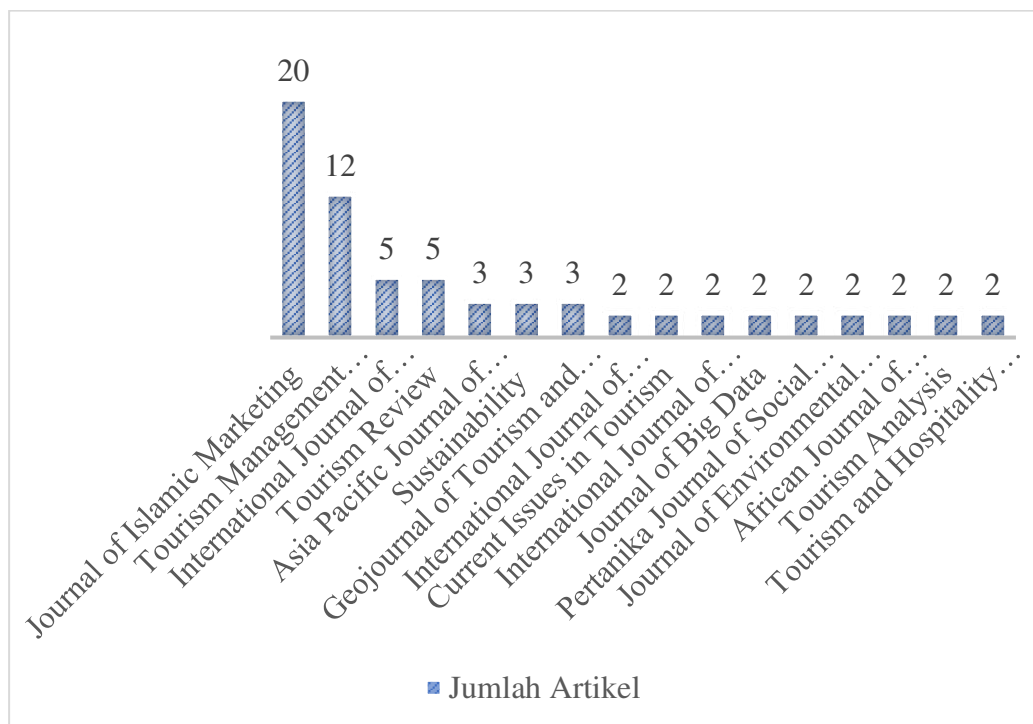
Gambar. 2 Jumlah Artikel Berdasarkan Kuartil Scopus (Penulis, 2022)

Selanjutnya, dari hasil penelusuran dokumen dalam basis data Scopus, terdapat 50 jurnal, 1 book section, dan 1 conference paper. Gambar 3 menunjukkan 16 jurnal teratas yang menerbitkan artikel yang terkait dengan tema pariwisata halal. Jurnal yang paling banyak menerbitkan artikel terkait dengan pariwisata halal adalah “*Journal of Islamic Marketing*” sebanyak 20 artikel. Jumlah tersebut merupakan 19 % dari total artikel yang dianalisis dalam penelitian ini. Berikutnya adalah “*Tourism Management Persepective*” menerbitkan artikel terkait dengan pariwisata halal sebanyak 12 artikel. Selanjutnya, “*International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*” dan “*Tourism Review*” sama-sama menerbitkan artikel yang terkait dengan pariwisata halal sebanyak 5 artikel.

Berdasarkan kuartilnya, “*Journal of Islamic Marketing*” sebagai jurnal yang menerbitkan artikel paling banyak terkait pariwisata halal termasuk dalam kuartil 1 (Q1).

Sedangkan “*Tourism Management Persepective*”, “*International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*”, dan “*Tourism Review*” termasuk dalam kuartil 1 (Q1).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa artikel dengan jumlah sitasi paling banyak berjudul “*Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future*”. Artikel tersebut ditulis oleh M. Battour yang mana merupakan penulis paling banyak berkontribusi dalam publikasi terindeks Sopus yang terkait dengan pariwisata halal. Tabel 1, menunjukkan lima artikel terkait dengan pariwisata halal dalam jurnal terindeks Scopus yang paling banyak disitasi selama periode penelitian.



Gambar 3. Jumlah Artikel Berdasarkan Jurnal (Penulis, 2022)

Artikel dengan judul “*Toward a halal tourism market*” merupakan artikel yang membahas pariwisata halal dan pertama kali muncul di jurnal yang terindeks Scopus. Artikel tersebut juga termasuk dalam lima artikel dengan jumlah sitasi paling banyak yaitu sebanyak 91 kali. Artikel tersebut terbit pada jurnal “*Tourism Analysis*” yang masuk dalam kategori kuartil 1 (Q1).

Tabel 1. Lima Artikel Berdasarkan Jumlah Sitasi Terbanyak

Nama Penulis	Judul Artikel	Nama Jurnal	Jumlah Sitasi
Battour, M. (2016)	<i>Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future</i>	<i>Tourism Management Perspectives</i>	184
Olya, H.G.T. dan Al-ansi, A. (2018)	<i>Risk assessment of halal products and services: Implication for tourism industry</i>	<i>Tourism Management</i>	128
El-Gohary, H. (2016)	<i>Halal tourism, is it really Halal?</i>	<i>Tourism Management Perspectives</i>	111
Mohsin, A., Ramli, N. Alkhulayfi, B.A. (2016)	<i>Halal tourism: Emerging opportunities</i>	<i>Tourism Management Perspectives</i>	106
Battour, M., Ismail, M.Z., Battor, M. (2010)	<i>Toward a halal tourism market</i>	<i>Tourism Analysis</i>	91

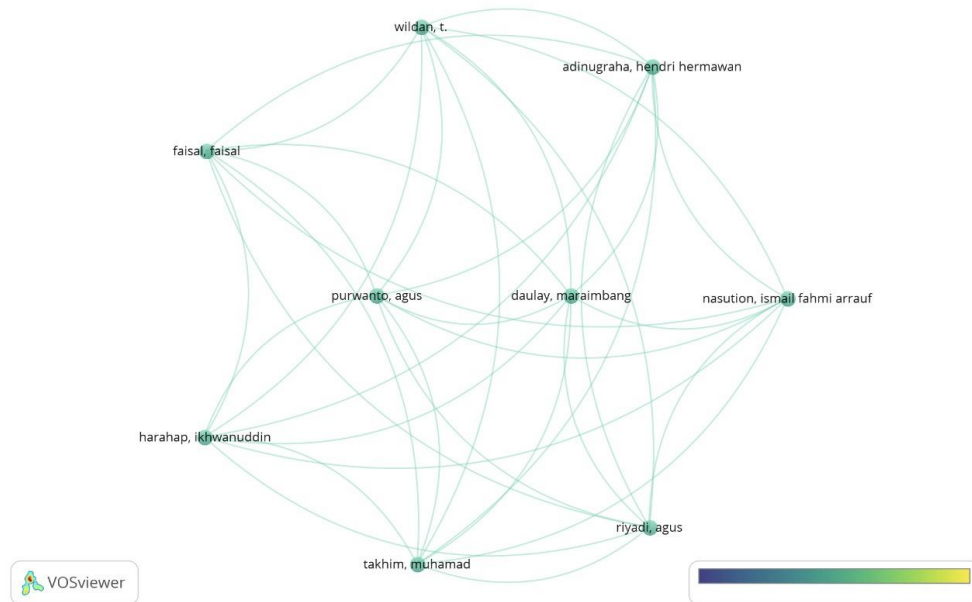
(Penulis, 2022)

Analisis Bibliometrik Pariwisata Halal

Pada penelitian ini, analisis bibliometrik dilakukan dengan aplikasi VOSviewer. Kata kunci yang digunakan dalam penelitian ini adalah pariwisata halal atau “*halal tourism*”. Pada analisis bibliometrik dengan VOSviewer, relasi antar tema dapat ditampilkan dalam pemetaan bibliometrik dengan tiga jaringan visualisasi. Jaringan visualisasi tersebut antara lain *network visualitation*, *overlay visualization*, dan *density visualization*.

Pada jaringan visualisasi berdasarkan, kata kunci/penulis yang muncul diberi label dengan lingkaran warna yang berbeda. Warna ini menunjukkan klaster dari kata kunci/penulis tersebut. Sedangkan ukuran lingkaran berkaitan erat dengan kemunculan kata kunci/penulis. Di sisi lain, ukuran huruf dan lingkaran ditentukan berdasarkan frekuensi kejadian. Semakin besar ukuran huruf dan lingkaran, menandakan bahwa kata kunci/penulis tersebut semakin sering muncul dalam dokumen yang dianalisis.

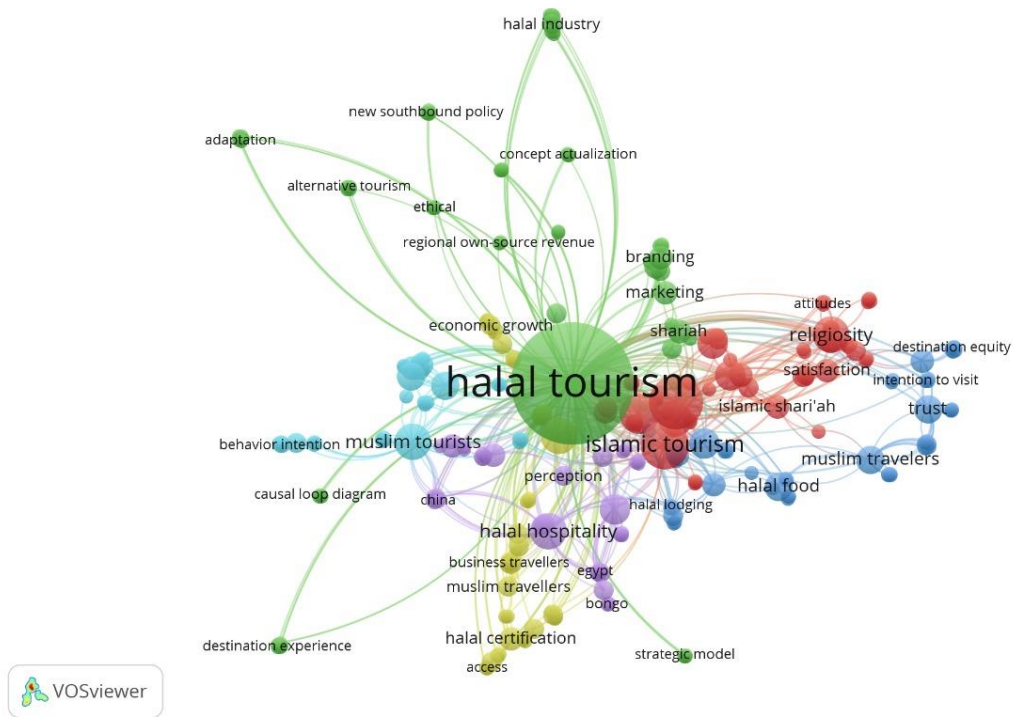
Jumlah penulis yang diidentifikasi dari 105 publikasi dalam penelitian ini adalah 273 orang. Namun hasil analisis bibliometrik dengan kriteria *co-authorship* (penulis bersama) hanya ada satu klaster. Klaster penulis bersama tersebut terdiri dari 9 penulis diantaranya Hendri H. Adinugraha, Maraimbang Daulay, Faisal, Ikhwanuddin Harahap, Ismail F.A. Nasution, Agus Purwanto, Agus Riyadi, Muhamad Takhim, dan T. Wildan. Gambar 4 menunjukkan sebaran penulis bersama dalam *Overlay Visualization*.



Gambar 4. Sebaran Penulis Bersama dalam *Overlay Visualization* (Penulis, 2022)

Berdasarkan Gambar 4, sebaran penulis bersama ditunjukkan dengan lingkaran yang dihubungkan dengan garis-garis berwarna hijau. Hal ini menunjukkan bahwa penulis bersama untuk publikasi yang terindeks Scopus dengan tema pariwisata halal terbit masih relatif baru. Hal ini berarti, pada awal munculnya artikel terkait pariwisata halal lebih didominasi oleh penulis tunggal.

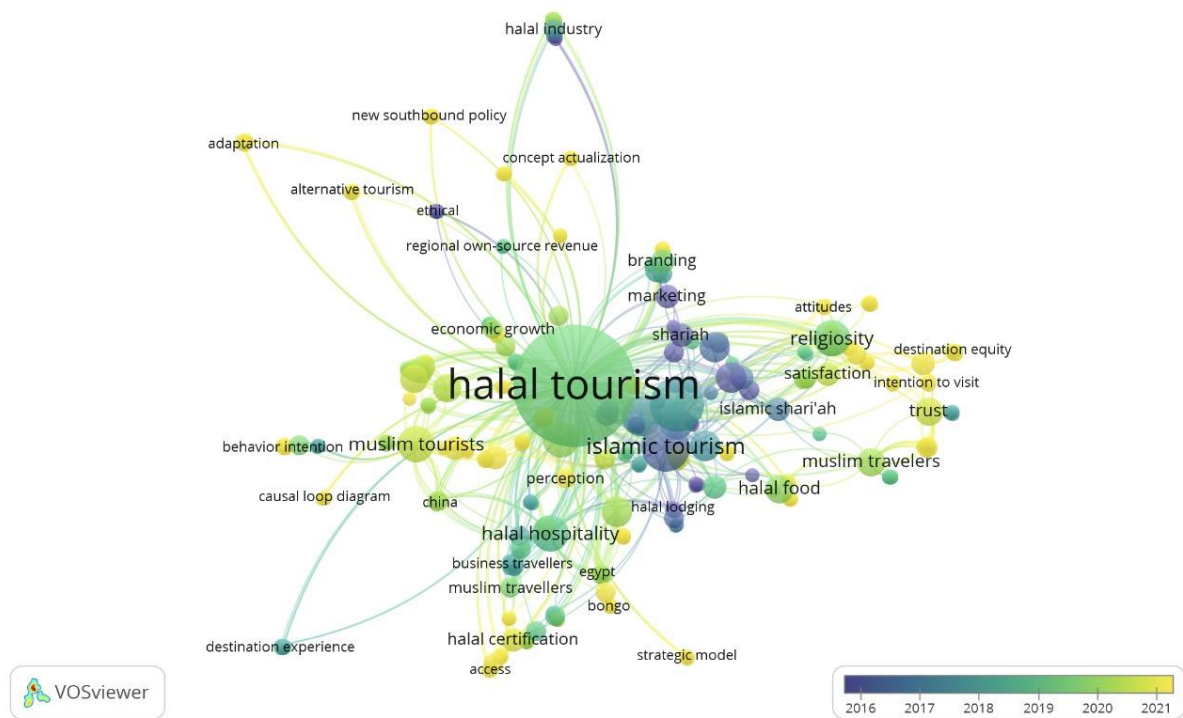
Berdasarkan kriteria *co-occurrence*, Gambar 5 menunjukkan sebaran kata kunci dalam *network visualization*. Terdapat enam warna yang berbeda dalam gambar tersebut yang menunjukkan klaster dari kata kunci penelitian. Klaster pertama ditunjukkan dengan kata kunci dalam lingkaran warna merah. Klaster kedua ditunjukkan dengan kata kunci yang terdapat pada lingkaran warna hijau. Klaster ketiga ditunjukkan pada kata kunci dalam lingkaran warna biru tua. Klaster keempat ditunjukkan pada dengan kata kunci dalam lingkaran warna kuning. Klaster kelima tergambar pada kata kunci dalam lingkaran warna ungu. Klaster terakhir (keenam) ditunjukkan dengan kata kunci pada lingkaran yang berwarna biru muda.



Gambar 5. Sebaran Kata Kunci dalam *Network Visualization* (Penulis, 2022)

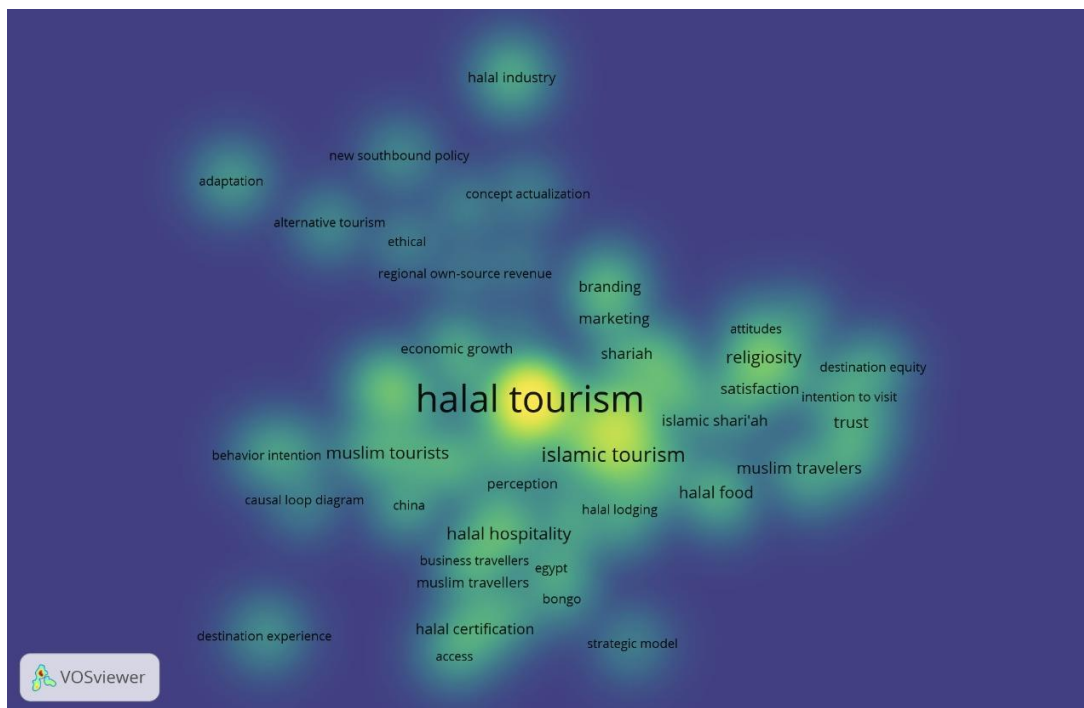
Berdasarkan Gambar 5, kata kunci yang paling sering muncul pada artikel yang berkaitan dengan pariwisata halal dalam publikasi yang terindeks Scopus adalah “*halal tourism*”. Hal ini terlihat dari besarnya ukuran huruf dan ukuran lingkaran pada kata kunci “*halal tourism*”. Kata kunci lain yang juga sering muncul selain “*halal tourism*” antara lain *islamic tourism*, *religiosity*, *muslim tourist*, *muslim travelers*, dan *halal hospitality*. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian dengan kata kunci di atas sudah banyak dilakukan dalam penelitian sebelumnya.

Gambar 6 menjelaskan sebaran kata kunci dalam *Overlay Visualization*. Pada gambar tersebut lingkaran dikategorikan dengan warna yang menunjukkan periode terbitnya artikel. Semakin gelap warna lingkaran, maka kata kunci tersebut dibahas dalam publikasi sebelum tahun 2016. Semakin kuning cerah lingkaran dalam kata kunci tersebut menunjukkan, kata kunci tersebut dibahas dalam publikasi yang terbit setelah tahun 2021.



Gambar 6. Sebaran Kata Kunci dalam Overlay Visualization (Penulis, 2022)

Kata kunci yang awal-awal muncul dalam publikasi terindeks Scopus terlihat pada lingkaran dengan warna abu-abu gelap. Kata kunci tersebut antara lain *Islamic tourism*, *shariah tourism*, *shariah*, *marketing*, *religion*, *halal principles*, dan *hotel*. Hal ini berarti pada awal kemunculan artikel yang membahas tentang pariwisata halal sangat erat hubungannya dengan agama, syariah, prinsip-prinsip halal secara umum, pariwisata yang sesuai dengan ketentuan Islam/syariah, pemasaran, dan penginapan. Artinya pada awalnya artikel yang membahas pariwisata halal lebih cenderung berfungsi sebagai peletak dasar dari istilah pariwisata halal tersebut. Hal ini berbeda dengan kata kunci yang muncul dalam penelitian penelitian terbaru yang dalam Gambar 6 ditunjukkan dengan lingkaran warna kuning. Publikasi terbaru lebih cenderung membahas pariwisata halal dari sisi akreditasi dan sertifikasi halal, persepsi wisatawan, daya saing destinasi wisata, komunikasi, adaptasi, dan model strategis pengembangan pariwisata halal.



Gambar 7. Sebaran Kata Kunci dalam *Density Visualization* (Penulis, 2022)

Gambar 7 menjelaskan sebaran kata kunci dalam *Density Visualization*. Pada gambar tersebut terlihat sebaran kata kunci yang terkait dengan pariwisata halal dalam publikasi yang terindeks Scopus. Warna kuning menunjukkan kata kunci yang paling sering digunakan, diantaranya *halal tourism*, *Islamic tourism*, *muslim tourist*, *religiosity*, dan *halal hospitality*. Dari gambar tersebut, kebaruan penelitian yang terkait dengan pariwisata halal dapat ditelusuri. Penelitian yang akan datang terkait dengan pariwisata halal dapat mengangkat topik yang terkait dengan destinasi wisata, niat mengunjungi destinasi wisata halal, dan model strategis pengembangan pariwisata halal.

Eksplorasi Determinan Daya Saing Destinasi Wisata

Berdasarkan hasil analisis bibliometrik, terdapat enam klaster dalam tema pariwisata halal. Tabel 2 menunjukkan klaster kata kunci publikasi dengan tema pariwisata halal.

Tabel 2. Klaster Kata Kunci Publikasi

Klaster	Kata Kunci
Klaster 1 (Merah)	<i>Analytical hierarchy process, attitudes, attraction experience, customer, design stage and service, destination marketing, development, Durban introduction, engagement, experience quality, fez, food tourism, halal, halal culinary, halal experience, halal food tourism, halal product and services, halal product market, halal tourist destination, holistic, hospitality, hybrid DSS, Islam, Islamic motivation, Islamic Shari'ah, Islamic tourism, Italy, knowledge, loyalty, loyalty intention, marketing communication, Morocco, micro-segmentation, millennial, model, Muslim friendly, Muslims, new markets, non-muslim, perceived halal risk, perceived Islamic value, pilgrimage, religion, religiosity, religious tourism, satisfaction, shariah-compliant hospitality, simple additive weighting, systematic literature review, the Muslim population, the world tourism organization, theory of planned behavior, tourism, tourism accommodation premises, tourism and hospitality, tourism destination, tourist experience, tourist intention, tourist loyalty, tourist satisfaction, tourists, young Muslim generation.</i>

Klaster 2 (Hijau)	<i>Adaptation, alternative tourism, Asia countries, branding, causal loop diagram, communication models, concept actualization, contestation, crescent rating, cultural mediating effect, destination experience, destinations, difference, ethical, fuzzy numbers, gender equality, group model building, halal-friendly hotel, halal industry, halal tourism, hotel, interviews, Islamic finance, Islamization, jakim, Malaysia tourism, marketing, mass tourism, meaning, Muslim tourist perceptive value, Muslim tourist satisfaction, Muslim friendly tourism, new southbound policy, non-mass tourism, organization of Islamic cooperation, paper, ponorogo, primary source in Islam, regional autonomy and Nusa Tenggara Barat, regional own source revenue, secularism, sharia compliance, sharia tourism stakeholders, shariah, smart specialization, sociological law, soft power, southeast Asia, strategi model, Sweden, system dynamic, Taiwan, topsis, tourism Aceh, tourism crisis management, tourism development, tourism disaster management, trends on halal tourism, vacuum of regulations, values, wali city, west Nusa Tenggara province.</i>
Klaster 3 (Biru Tua)	<i>Accommodation sector, accreditation, attachment, availability, brand image destination, clean/safe/hygiene factor, content analysis, cooking, costumer retention, costumer return on investment, destination competitiveness, destination equity, gastronomy, general islamic values, government tourism websites, halal brand awareness, halal food, halal food performance, halal knowledge, halal lodging, halal tour product, halal tourism destination, halal friendly image, halal friendly travel motivation, healthy/nutritional factors, hotel websites, image, industry, information seeking models, intention to visit, japan larabanga, malaysia, muslim travelers, non-muslim tourists, perceived behaviour control, perceived quality, perceived value, religion tourism, religious faith, retention, sense of belonging, sentiment analysis, sharia law, shariah tourism, singapore, technology acceptance model, topic modeling, tourist's repeated visits, trust, twitter, value, word of mouth.</i>
Klaster 4 (Kuning)	<i>Access, aceh, behaviour intention, business travellers, chiang mai, cointegration test, communication, community, community perceptions costumer satisfaction, destination brand, disaster, dsn-mui fatwa, e-wom, economic growth, emotional experiences, food operators, grangercausality, halal awareness, halal business, halal certification, halal certification. Organization, halal destination, halal events, halal tourism concept, halal tourism, heritage, indonesia, institutional conformance, institutional isomorphism, intention, mice halal, muslim travellers, muslim friendly, muslim friendly business, new-zealand, regional regulation, services, sustainable, thailand, tourism marketing, transformation, tsunami, word of mouth.</i>
Klaster 5 (Ungu)	<i>Artificial intelligence, boody, bongo, china, complexity theory, covid-19, demographic changes, digital platforms, egypt, faith-based marketing, halal hospitality, halal implementation, halal spa, halal tourism destination, halal-friendly tourism, influence, islamic attributes, ksa, maqashid al-shariah, middle east, muslim, muslim-friendly facilities, muslim-friendly tourism, necessary condition, non-islamic destination, perception, policy, regional diplomacy, religious tourist village, risk, south korea, supporting factors, tourism industry, tourism policy, tourism practitioners, tourist, tourist muslim, travel, travel tourism, traveller, travellers, zhang jia jie.</i>
Klaster 6 (Biru Muda)	<i>Behaviour intention, bibliometric analysis, collaboration, destination image, foss, halal entrepreneurship, halal standardization, halal tourism attributes, halal tourism marketing, hospitality management, indonesia-malaysia, islamic destination, islamic economics, islamic hospitality, islamicmarket segmentation, islamic marketing, islamic motivated travel, jordan, local principle and norms, mosque, muslim tourist, muslim tourist, muslim traveler, muslim-minority country, olacees of worship, policy-making, rivalries, sustainable tourism, tourism branding, web-based and mobile-based gis.</i>

(Penulis, 2022)

Ekplorasi determinan daya saing wisata dilakukan berdasarkan klaster kata kunci hasil analisis bibliometrik. Daya saing destinasi wisata termasuk dalam klaster 3, karena itu kata kunci yang terdapat dalam klaster 3 berpotensi besar menjadi penentu daya saing destinasi wisata. Kata kunci tersebut antara lain pariwisata halal, keinginan wisatawan untuk berkunjung, kejujuran, makanan halal, akomodasi, pengetahuan tentang halal, sertifikasi halal, dan website pariwisata. Dengan demikian, penelitian ini melengkapi penelitian sebelumnya yang terkait dengan daya saing destinasi wisata yang terdiri dari citra destinasi wisata, pengalaman wisatawan, dan loyalitas wisatawan (Mior Shariffuddin, Azinuddin, Hanafiah, & Wan Mohd Zain, 2022).



KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan artikel dengan tema pariwisata halal dalam jurnal yang terindeks Scopus pertama kali terbit pada tahun 2010. Artikel dengan tema pariwisata halal paling banyak terbit pada tahun 2021. Jurnal yang paling banyak menerbitkan artikel dengan tema pariwisata halal adalah “*Journal of Islamic Marketing*”. Artikel yang paling banyak disitasi yaitu “*Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future*”. Terdapat 6 klaster untuk kata kunci penelitian dan 1 klaster peneliti dalam tema pariwisata halal. Berdasarkan identifikasi indikator, kata kunci yang terkait dengan daya saing destinasi wisata antara lain pariwisata halal, keinginan wisatawan untuk berkunjung, kejujuran, makanan halal, akomodasi, pengetahuan tentang halal, sertifikasi halal, dan website pariwisata. Penelitian ini berkontribusi dalam menyusun strategi pengembangan daya saing destinasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Baysal, D. (2017). Türkiye’dehelalturizm. *Dergi Karadeniz*, 36, 89–103. doi:https://doi.org/10.1300/J123v53n01_15
- Botti, L., Peypoch, N., Robinot, E., & Solonadrasana, B. (2009). Tourism destination competitiveness: The French regions case. *European Journal of Tourism Research*, 2(1), 5–24. doi:<https://doi.org/10.54055/ejtr.v2i1.25>
- Chandra, G. R. (2014). Halal Tourism; A New Goldmine for Tourism. *International Journal of Business Management & Research (IJBMR)*, 4(6), 45–62. Retrieved from <http://www.hoteliermiddleeast.com/20896->
- Duman, T. (2010). Current developments in turkish tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 2(1), 5–9. doi:<https://doi.org/10.1080/13032917.2010.9687086>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414. doi:<https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239–245. doi:<https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Hidayat, S. E., & Rafiki, A. (2021). Bibliometric Analysis and Review of Halal Tourism. *Signifikan: Jurnal Ilmu* Retrieved from <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/signifikan/article/view/20270>



- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry In Indonesia: Potential and Prospects. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 25–34. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/irmm/issue/32110/355956?publisher=http-www-cag-edu-tr-ilhan-ozturk>
- Khan, F., & Callanan, M. (2017). The “Halalification” of tourism. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 558–577. doi:<https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2016-0001>
- Kozak, M., & Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: Conceptual considerations and empirical findings. *International Journal of Hospitality Management*, 18(3), 273–283. doi:[https://doi.org/10.1016/s0278-4319\(99\)00034-1](https://doi.org/10.1016/s0278-4319(99)00034-1)
- Mior Shariffuddin, N. S., Azinuddin, M., Hanafiah, M. H., & Wan Mohd Zain, W. M. (2022, March). A comprehensive review on tourism destination competitiveness (TDC) literature. *Competitiveness Review*. doi:<https://doi.org/10.1108/CR-04-2021-0054>
- Pattah, S. H. (2013). Pemanfaatan Kajian Bibliometrika sebagai Metode Evaluasi dan Kajian dalam Ilmu Perpustakaan dan Informatika. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Informatika Khizanah Al-Hikmah*, 1(1), 47–57. Retrieved from <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/khizanah-al>
- Safitri, L. N., Mukaromah, S. M., & Habib, M. A. (2021). Analisis Potensi Obyek Wisata Pantai dengan Konsep Halal Beach Tourism di Kota Denpasar. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 167-180.
- Suban, S. A., Madhan, K., & Shagirbasha, S. (2021). A bibliometric analysis of Halal and Islamic tourism. *International Hospitality*. doi:<https://doi.org/10.1108/IHR-05-2021-0038>
- Suharko, S., Khoiriati, S. D., Krisnajaya, I. M., & Dinarto, D. (2018). Institutional conformance of Halal certification organisation in Halal tourism industry: The cases of Indonesia and Thailand. *Tourism Review*, 66(3), 334–348.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2017). Citation-based clustering of publications using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111(2), 1053–1070. doi:<https://doi.org/10.1007/s11192-017-2300-7>
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktek*. Jakarta: Graha Ilmu.